

Секція: Інноваційний розвиток

Захаркін О.О.

*Кандидат економічних наук, доцент,
докторант, факультету економіки та менеджменту
Сумського державного університету
м. Суми, Україна*

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні наукові дослідження та практика підприємницької діяльності засвідчують, що на сьогодні однією з головних передумов, що дозволяють досягти приросту вартості бізнесу, є впровадження інновацій.

Усі види інновацій виступають факторами вартості підприємства, проте механізм реалізації їхнього впливу має відмінності та виражається різними показниками. Найбільш прямий вплив на показник вартості підприємства здійснюють продуктові та маркетингові інновації, оскільки їх впровадження безпосередньо забезпечує приріст чистого доходу і валового прибутку підприємства. Вплив технологічних інновацій також може проявлятися у зростанні обсягів реалізації, розширенні ринків збуту, але це відбувається опосередковано через зростання продуктивності та оптимізацію процесів виробництва і постачання. Організаційно-управлінські інновації мають найбільш опосередкований вплив на вартість підприємства.

З метою дослідження механізму впливу всіх розглянутих видів інновацій на вартість підприємства доцільно застосувати ресурсний підхід. Усі види ресурсів, використовувані підприємством в процесі його діяльності (фінансові, виробничі, трудові, управлінські), мають вартісну природу і можуть розглядатися з точки зору руху капіталу (основного, оборотного, інтелектуального тощо). На стадіях відтворення та використання капіталу реалізується його продуктивна функція, що відображається у створенні нової – доданої вартості [1]. Впровадження інновацій підприємством сприяє більш

ефективному використанню наявних у нього ресурсів та, відповідно, збільшенню обсягу створюваної доданої вартості, а відтак – приросту вартості підприємства.

Залежно від змісту інновацій, вони можуть мати різний ступінь впливу на використання кожного виду ресурсів підприємства. Наприклад, технологічні інновації безпосередньо забезпечують зростання віддачі від виробничих ресурсів, та опосередковано – фінансових і трудових ресурсів. Маркетингові інновації прямо пов'язані лише із збільшенням ефективності використання фінансових ресурсів, продуктові – фінансових і виробничих.

Зазначені взаємозв'язки між видами інновацій, ресурсами підприємства і показниками, через які може бути визначене зростання його вартості, представлені на рис. 1.



Рисунок 1 – Вплив інновацій на зростання вартості бізнесу через підвищення ефективності використання ресурсів підприємства (авторська розробка)

В рамках розгляду ресурсного підходу для характеристики інновацій, як одного із факторів вартості підприємства, слід відзначити, наявність зворотного

зв'язку між ефективністю використання ресурсів і результативністю впровадження інновацій. Так, реалізація організаційно-управлінських інновацій має на меті підвищення ефективності менеджменту через зміни структури управління, систем прийняття рішень, стратегічного планування і прогнозування тощо. У той же час, наявна на підприємстві система управління, її оптимальність та ефективність, визначатиме якість управління інноваційним процесом та впливатиме на результати впровадження інновацій будь-якого виду.

Інший прояв зворотного впливу стосується фінансових ресурсів і полягає в тому, що розробка, вибір інноваційних проектів та їх реалізація зазвичай потребують значних капіталовкладень, що може суттєво знизити розмір чистих надходжень від інноваційної діяльності. Тому при оцінці фактору інновацій мають враховуватися не лише абсолютні показники, що характеризують приріст додаткової вартості, але й відносні, які виражають їх співвідношення до суми понесених витрат.

Досліджуючи вплив інновацій на створення вартості підприємства, необхідно відзначити, що його прояв можна розглядати за різними часовими періодами, що пов'язано із відповідними рівнями оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління.

Наприклад, короткотермінова ефективність визначається такими критеріями, як результативність, оптимальність, доцільність, гнучкість, продуктивність та якість; середньотермінова – пов'язана з критеріями адаптивності і конкурентоздатності; довготермінова – з розвитком, тобто зростанням вартості підприємства і досягненням ним стратегічних цілей шляхом задоволення майбутнього попиту [2].

Таким чином, інновації є важливим фактором формування вартості підприємства, проте їх вплив є переважно опосередкованим та може бути охарактеризований через показники стану та ефективності використання різних видів ресурсів підприємства (фінансових, виробничих, трудових, управлінських тощо). Оцінювання впливу інновацій на вартість підприємства повинно

здійснюватися у розрізі їх видів за ознакою предметного змісту, а саме продуктових, маркетингових, технологічних та організаційно-управлінських інновацій.

Список літератури:

1. Корж Р. В., Шевчук Н.В. Фінансові аспекти формування вартості підприємства [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2012. - №6. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1197>
2. Коваль З. О. Оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління підприємством в екосистемі інновацій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 714. – С.348-357.

Захаркін О. О. Інновації як фактор формування вартості підприємства / О. О. Захаркін // Фінансово-економічний збалансований розвиток України: проблеми та шляхи їх подолання : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф, 12–13 верес. 2014 р. — Дніпропетровськ : Видавничий дім «Гельветика», 2014. — С. 179–181.